

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Efektivita marketingové komunikace Obchodního centra Nový Smíchov

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Hronová Anna

**Oponent práce:** Ing. Aleš Marek, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	<b>X</b>
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Tato práce je téma komunikace obchodního centra. Cíl je jasně stanoven. Teoretická část práce je solidní přípravou na část praktickou. Metodická část jasně specifikuje, jak autorka provedla výzkum a v praktické části prezentuje jeho výsledky a svá doporučení. Citace jsou v pořádku, zdrojů literatury je dostatečné množství. Práce obsahuje několik překlepů, je relativně krátká a autorčina doporučení jsou jen tři a jsou spíše subjektivní než že by se jednalo o výsledek dotazníkového šetření. Díky tomu hodnotím velmi dobře.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem byste hodnotila efektivitu vámi zavedených návrhů?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem byste změnila poměr výdajů, kdybyste řídila marketingovou propagaci obchodního centra? Kde byste přidala a kde ubrala peníze v rozpočtu? Proč?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	<b>X</b>
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 08.06.2016

\_\_\_\_\_  
Podpis oponenta práce